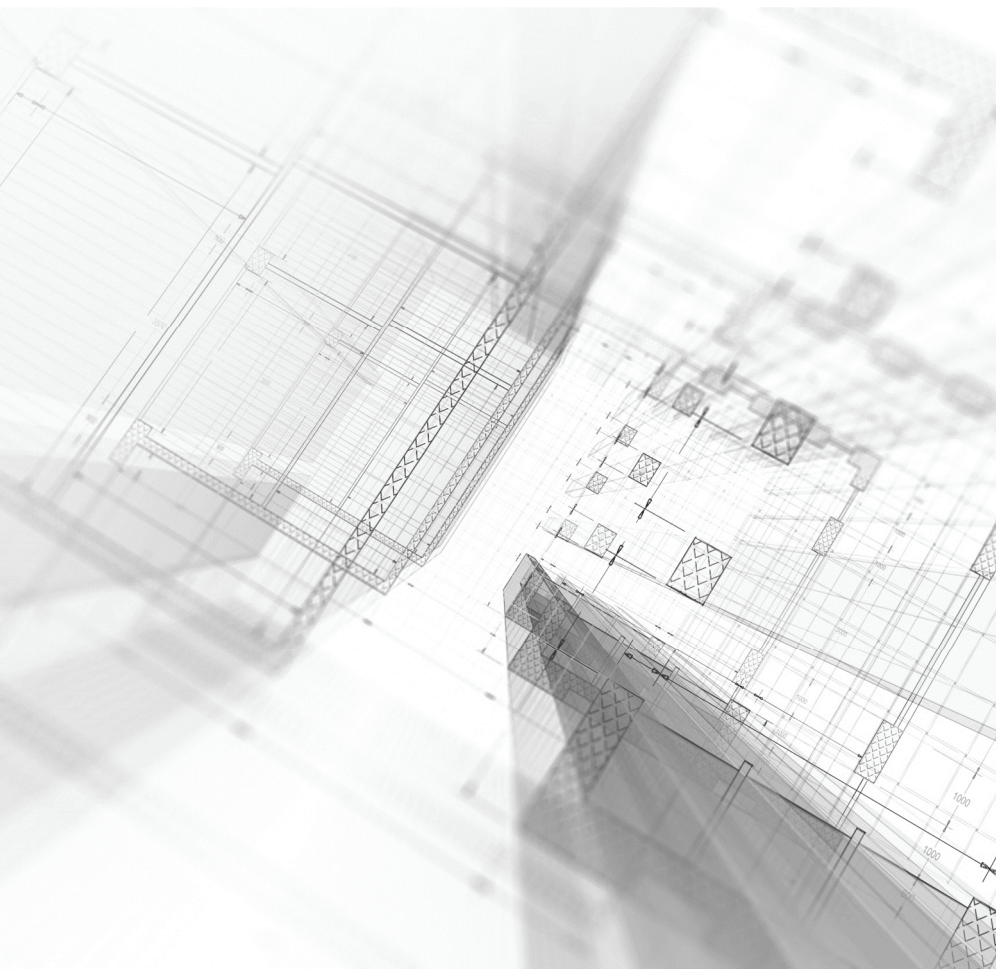


第一章 Plan -企業食品安全體制規劃



第一節 食品安全思維融入企業願景與使命

食品製造業者大部分都由小型工廠起家，經過消費市場汰換與對手競爭淬鍊後，逐漸茁壯成為大企業，過程中一定有個堅定的核心價值與成長目標，這時倒回來看，可粗略定義為企業使命與願景。有許多老闆與品保人同意這說法，其經營政策或食品安全目標感覺是一份虛無飄渺的宣言，也就是過去的經營政策宣言一直貼在牆上至今，想改也不知怎麼改，只是不希望為了客戶稽核或通路要求，又換另一個虛無飄渺的口號，食品製造業者現況就是無法呈現企業使命、願景，與支撐持續卓越的專案。

老闆與企業經營管理者應留意，企業永續經營需要非常關鍵的核心價值理念，明確的使命、美好的願景及道德觀，能夠吸引到對的員工，和認同企業理念的客戶，自然而然也展現了企業的品牌定位與價值。談談如何訂定適合自家食品安全思維的使命議題，不論公司是製造有形的產品或是提供無形的服務，在食品製造業輔導過程中，翻轉既有思維是一件困難的事。所以，先由高階主管與關鍵客戶進行探索與創建企業的現在與未來，老闆再加入討論，避免當局者迷。

名詞解釋

- ◎使命：企業根本性質和存在的理由，在食品供應鏈擔任的角色和責任。
- ◎願景：三~五年內要往能令人激起熱情且嚮往的美好境界（階段性）。
- ◎道德觀：正向良善且符合社會期待的企業價值，非只是符合法規要求。



一、企業使命的授權與執行

使命是企業扮演存在的角色且包含利他要素，部門人員依目的與方向規劃可執行的專案，企業必須明確有效的全面溝通食品安全資訊，從上到下的部門至各人投入專案，以支撐企業願景的逐步完善。例如迪士尼樂園的工作人員使命是可以時時展現「親切的笑容」、「開朗的問候」及「全心待客」，就能讓遊客全家大小歡樂，且願意再度來訪迪士尼樂園。IKEA 的使命是「重視顧客需求的產品設計」、「人性化配置的賣場」及「DIY 的樂趣」，讓顧客採購過程與使用商品時，感受到輕鬆美好的情境。

二、願景主題的設定

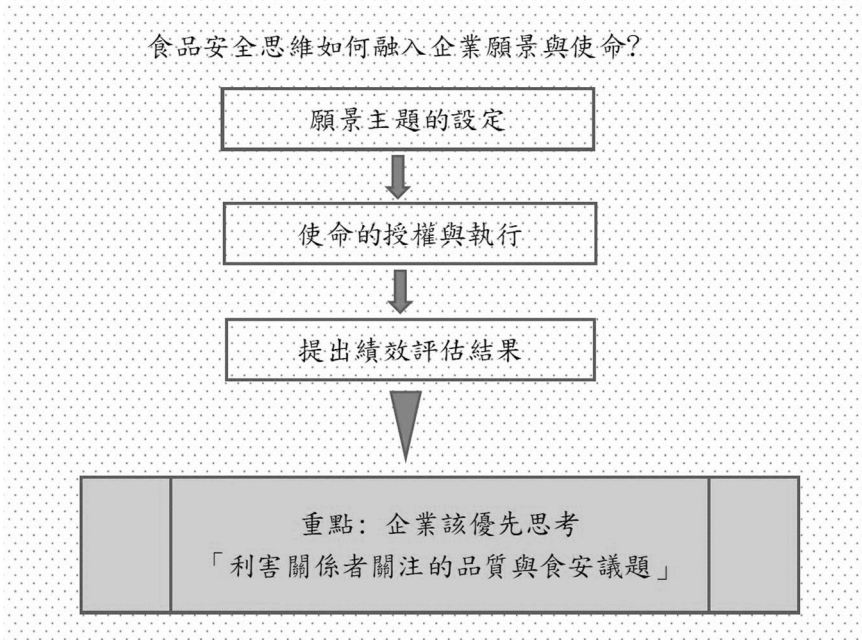
認清企業的優勢，在食品供應鏈中找尋客戶在乎的議題與自身定位扮演的角色，願景必須能激勵人心且讓員工深信不疑，老闆須擘畫一個美好未來的企業景象或藍圖。例如迪士尼樂園的願景是「帶給人們歡樂」，IKEA 的願景是「為大多數人創造更美好的生活」。

三、提出績效評估

專案小組能把使命轉化成權責分明的量化指標，經由績效評估後，相信能夠反饋專案執行是否成功，可讓人員變得更優秀，企業則朝向美好的願景前進。例如迪士尼樂園—每年入園人數 00 千萬人，或是回客率 00%。IKEA—25~40 歲小家庭族群營業額占每年銷售總額 75%以上。

四、重點

企業該優先思考利害關係者關注的品質與食安議題。因此，員工對於食品安全的風險意識需要觸及內心，傳達出帶有積極主動的信息，進而將這些理念和知識融入日常工作中。以上是輔佐引導企業，用於構思使命與願景的方法與步驟，透過高階主管的分析與探索，再由老闆做最後的詮釋，期待展現更美好的企業願景。



主題探討：當老闆提出新商業布局

一、建立企業使命、願景與道德觀，思考——

- 1.美好未來圖像：五年後成為……（員工／顧客真實感受）
- 2.利他要素專案：潔淨／營養均衡……（實際可執行驗收）
- 3.貢獻回饋：社會／公益／環境……（可供利害關係者受惠）

二、活絡串聯組織願景與使命，思考——

- 1.展開利他之相關部門建立甚麼專案，有別於日常例行公事？
- 2.專案如何結合機會與風險？